



HAL
open science

Les savoir- faire agroalimentaires, de la valeur d'usage à la valeur marchande

Paul Bom Konde, José Muchnik, Denis Requier-Desjardins

► To cite this version:

Paul Bom Konde, José Muchnik, Denis Requier-Desjardins. Les savoir- faire agroalimentaires, de la valeur d'usage à la valeur marchande : Le maïs et le manioc au Cameroun. Systèmes agro-alimentaires localisés : Terroirs, savoir-faire, innovations, 32, INRA, 216 p., 2001, Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement, 2-7380-1015-6. hal-02832634

HAL Id: hal-02832634

<https://hal.inrae.fr/hal-02832634>

Submitted on 7 Jun 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Les savoir-faire agroalimentaires, de la valeur d'usage à la valeur marchande

Le maïs et le manioc au Cameroun

Paul BOM KONDE*
José MUCHNIK
Denis REQUIER-DESJARDINS

*CIRAD-TERA - 73, rue Jean-François Breton - 34 398 Montpellier Cedex 55
konde@cirad.fr - Tél. 04 67 61 57 03 – Fax. 04 67 61 44 15

Résumé

Il existe en Afrique une grande diversité de produits et de savoir-faire agroalimentaires locaux, richesse souvent m econnu e ou sous-estim e, et encore largement inexploit e. L'objectif de cette étude est de mieux comprendre quels sont les mécanismes permettant à certains produits africains, au départ simplement transform es dans un cadre domestique, d'acquérir une valeur marchande. Nous analysons, au sud et à l'ouest du Cameroun, les processus de sélection puis de diffusion spatiale de quelques produits marchands et des savoir-faire qui leur sont attach es. Par exemple, sur dix produits à base de maïs créés par des groupes ethniques spécifiques, quatre ont été s electionn es à des fins marchandes ; ce rapport est de six sur onze dans le cas des produits du manioc. Dans le processus social de création puis de sélection qui s'analyse comme un passage de la valeur d'usage à la valeur d'échange, l'article met l'accent sur l'étape de la valeur symbolique : celle-ci est notamment susceptible de se modifier au fur et à mesure du cheminement spatial des produits à partir de la communauté d'origine. Parall ement et en liaison avec l'évolution du système des valeurs, on assiste à la transformation des régimes d'apprentissage des savoir-faire. Ceux-ci interf erent en retour sur ce processus de valeur des produits, ce qui peut expliquer certaines différences dans leur diffusion spatiale (du territoire spécifique pour le *mintoumba* au territoire national pour le *foufou* par exemple). Enfin, les mouvements migratoires des individus porteurs de ces valeurs et de ces savoir-faire sont également importants à considérer.

Mots-clés : Systèmes agroalimentaires - produits locaux - transmission des savoir-faire - séquence de valeur - processus d'innovation - Cameroun

Abstract

Agrofood know-how and skills. From use value to market value. The case of maize and cassava in the Cameroon. Africa displays a wide variety of local food products and processing skills that represent often unknown or undervalued, and until now under-exploited, assets. This study aims to better understand the mechanisms by which some African products that initially were processed only in a domestic framework have developed a marketable value. The authors analysed the processes underlying the selection and spatial dissemination of some market products and of the skills and know how they involve in South and West Cameroon. For instance, out of ten maize-based products created by specific ethnic groups, four have been selected for marketing; for cassava products, the ratio is 6 to 11. The article considers the social process of creation and selection seen as the transition from a use value to an exchange value, and focuses more specifically on the symbolic value stage: this value may change as the products move away from their original community. Simultaneously and in relation with the changes in the value system, a transformation of the learning of skills may be observed. This rebounds back on the product value, and may account for certain differences in the spatial dissemination of products (from a specific territory for *mintoumba* to the national territory for *foufou* for example). Last, the migrations of individual bearers of these values and skills and also play an important role and need to be considered.

Keywords: agrofood systems - local products - transmission of skills - value sequence - innovation process - Cameroon.

Introduction : « casting » et célébrité des produits alimentaires

En Afrique subsaharienne, on constate qu'il existe une très grande diversité de produits et de plats. Certains de ces produits, encore peu connus mondialement, ont déjà acquis en quelques décennies une place non négligeable aux niveaux national et inter-africain, faisant l'objet de flux commerciaux importants entre les pays de la région. Ainsi, l'*attiéké* (cf. en annexe le glossaire avec une description sommaire des produits mentionnés) qui, il y a quarante ans, n'était connu que par les Adioukrous et les Ebriés de la Côte d'Ivoire, s'est répandu aujourd'hui dans de nombreux pays de l'Afrique subsaharienne. D'autres produits comme le *miondo*, le *bobolo* ou le *ndolé* du Cameroun, commencent également à trouver des parts de marché relativement importantes dans les grandes villes. Certes, beaucoup d'autres produits ont suivi des trajectoires différentes, et leur diffusion concerne toujours une zone restreinte. Mais, même dans ce cas, ils jouent un rôle essentiel dans l'équilibre global de l'offre alimentaire. Si nous considérons diverses échelles spatiales, économiques et sociales, nous observons que, de manière générale, c'est en s'appuyant sur la richesse et la diversité des produits et des savoir-faire locaux que les pays africains ont pu subvenir, non sans difficultés, à leurs besoins alimentaires. D'où l'intérêt que nous portons au maintien de cette diversité, et au renforcement des compétences des acteurs locaux concernés.

Au stade actuel, la diffusion de produits agroalimentaires locaux en Afrique subsaharienne est contrôlée principalement par des institutions que l'on peut appeler identitaires (groupements ethniques, clans, réseaux familiaux, réseaux socioprofessionnels...). Ces institutions sont la principale source de génération de la variété alimentaire africaine et participent à la gestion et reproduction de cette variété. Nous formulons donc l'hypothèse que la diffusion des savoir-faire par le biais de ce type d'institution est l'une des clés essentielles pour la mise en valeur de ces

produits. Cette hypothèse nous conduit à deux types d'interrogation :

La première concerne l'évolution marchande de ces produits : à travers quels processus les valeurs d'usage de ces produits deviennent-elles des valeurs marchandes ? Comment des « cuisines familiales » deviennent-elles, dans certains cas, des entreprises agroalimentaires ? Pourquoi seuls certains produits deviennent-ils des produits de marché et d'autres pas ? Quels sont les facteurs qui conditionnent leur succès sur les marchés locaux ou intra-africains ?

La deuxième interrogation concerne la transmission et la diffusion des savoir-faire : comment se distribuent ces produits et leurs savoir-faire à des échelles spatiales et territoriales différentes ? Quelles sont les dynamiques qui permettent d'expliquer ces différentes échelles de diffusion des savoir-faire ?

Cet article s'appuie sur des recherches menées pendant plusieurs années au sud et à l'ouest du Cameroun sur les trajectoires des activités agroalimentaires (Bom Kondé, 1996) ainsi que sur les expériences d'échange et diffusion des savoir-faire entre pays d'Afrique de l'Ouest (Bénin, Burkina-Faso, Mali, Sénégal), réalisées dans le cadre du réseau AVAL¹.

Le travail de terrain au Cameroun repose sur des enquêtes auprès d'un échantillon de 118 petites entreprises de transformation agroalimentaire, localisées soit dans des villes rurales (Eséka, Obala, Bekoko pour le Sud-Cameroun, Foumban, Fombot, Koutaba et Bandjoun pour l'Ouest), soit dans des métropoles (Douala, Yaoundé pour le Sud, Bafoussam pour l'Ouest). Ces enquêtes ont mis l'accent sur les produits transformés du maïs et du manioc. Deux niveaux d'analyse ont été privilégiés :

- les trajectoires historiques des produits, de leur localisation initiale à leur

¹ Réseau AVAL : Action de VALorisation des savoir-faire agro-alimentaires locaux en Afrique de l'Ouest. Ce réseau a développé des méthodes et des dispositifs institutionnels pour favoriser les échanges et la diffusion de savoir-faire entre pays d'Afrique de l'Ouest. Il a notamment mis en évidence l'impact des mouvements migratoires sur la diffusion des produits.

localisation actuelle. Ce découpage visait à cerner les causes et les obstacles du passage d'une localisation micro-spatiale des activités à une localisation macro-spatiale (diffusion vers les régions voisines, et des campagnes vers les villes).

- Les causes de l'émergence de certains produits dans la sphère marchande : par quels mécanismes ont-ils été sélectionnés et adoptés par les transformateurs marchands ?

Dans cet article, nous analyserons successivement : i) la diffusion des savoir-faire et des produits ; ii) le processus de la valeur par rapport à la sélection des produits et des savoir-faire ; iii) les régimes d'apprentissage qui y sont associés.

1. La diffusion des produits locaux africains

1.1. Diversité et diffusion des produits

En Afrique, l'origine et l'aire de diffusion des produits agroalimentaires locaux sont liées, en général, à la créativité des groupes socioculturels et aux mouvements migratoires qu'ils ont connus par le passé.

Sur la base d'un découpage régional prenant en compte la localisation spatiale des groupes ethniques et de la diffusion des produits, les travaux réalisés au Cameroun (Bom Konde, 1996) débouchent sur une classification qui distingue : i) les produits spécifiques à une seule région (*mintoumba*, *gari*, *nsôg mbas*), ii) les produits appartenant à plusieurs régions (*bobolo*, *miondo*), iii) les produits communs à l'ensemble des régions du pays (bouillie de *paf*, beignets de maïs, beignets de manioc, *foufou* de maïs, *foufou* de manioc)² (Bom Kondé, 1996).

Ces aires de diffusion sont des lieux dans lesquels s'effectuent simultanément la transformation et la consommation des produits, qu'ils soient spécifiques ou com-

muns à plusieurs régions. Certains de ces produits, cependant, sont surtout consommés en dehors des espaces dans lesquels ils sont élaborés. C'est le cas du *mintoumba*, produit du manioc spécifique à l'espace dans lequel vivent les Bassa du Sud-Cameroun, qui est aujourd'hui essentiellement consommé hors de la localisation initiale de la production et de la consommation. Il rencontre un grand succès dans les grandes villes du pays telles que Yaoundé et Douala. Plusieurs facteurs semblent contribuer à sa diffusion :

- la difficulté d'assimilation de la technique de fabrication ;
- les problèmes de maîtrise de la fabrication des aliments qui accompagnent le *mintoumba* lors de sa consommation. Nous citerons plus particulièrement le *nkônô ôndè*, sorte de pâte d'arachide aux crevettes fumée au feu de bois, dont la préparation est complexe.

La diffusion est liée également aux modalités de production et d'échange des biens produits. Nous en observons quatre, les deux premières étant plus spécifiques aux zones rurales :

- *la logique d'autoconsommation* qui consiste à fabriquer des produits pour les besoins des membres du foyer domestique ;
- *le don ou l'échange non marchand* des produits fabriqués dans le milieu social proche peuvent accompagner la logique d'autoconsommation ;
- *la logique marchande* : la vente des produits transformés sur le marché tend à se développer en milieu urbain en raison de multiples contraintes que rencontrent les ménagères (pénibilité du travail, difficulté de concilier activité domestique et activité professionnelle, longue durée de fabrication des produits...) ;
- *une combinaison de la logique non marchande et de la logique de marché* : récupération des produits invendus pour les besoins de la consommation domestique, utilisation d'une partie de la production commercialisable pour des échanges à travers les réseaux d'affinité...

² Voir dans le glossaire, en annexe, la description des produits et de leurs utilisations.

On constate ainsi un double mouvement de spatialisation :

- une diffusion par laquelle transformation et consommation des produits se propagent ensemble, mais à des rythmes variables³ ;
- une diffusion limitée à la consommation, qui accompagne l'acceptation d'un produit en dehors de son aire d'origine, notamment en ville.

1.3. Sélection des produits et des savoir-faire : le passage à la sphère marchande

Au Sud et à l'Ouest du Cameroun, on observe que sur dix produits à base de maïs créés par des groupes ethniques spécifiques, quatre ont été sélectionnés à des fins marchandes ; et que le rapport est de 11 à 6 dans le cas des produits du manioc (Tableau 1). Nous observons également l'irruption dans la sphère marchande de certains produits intermédiaires destinés à l'élaboration de produits finis.

Plusieurs facteurs d'ordre opérationnel, relationnel ou culturel, contribuent à expliquer la sélection de ces produits :

- le changement du mode de vie urbain : les ménagères basées dans les zones urbaines, souvent insérées dans d'autres activités économiques, n'ont plus le temps de préparer ces produits, et / ou préfèrent se les procurer sur le marché ;
- la perte ou l'absence de savoir-faire : les femmes ayant été élevées en ville n'ont

pas toujours la maîtrise de la fabrication de ces « produits de terroir » ;

- enfin, le manque d'espace en milieu urbain : la fabrication des produits comme le *foufou* de manioc repose sur le séchage solaire des tubercules, ce qui demande une surface considérable dont disposent rarement les ménages urbains.

2. Analyse du processus de la valeur

Nous avons montré antérieurement (Bom Konde, 1996) qu'il existe une corrélation forte entre les produits intermédiaires et la présence sur le marché de produits finis avec des valeurs d'usage reconnues par les consommateurs. Pour mieux comprendre l'évolution marchande de ces produits, nous devons donc détailler le processus de valeur qui y est associé.

2.1. Positionnement théorique

L'analyse de la valeur constitue un élément central des théories économiques. Les concepts de « valeur d'usage » et de « valeur marchande » ont été largement traités, en particulier dans les analyses marxistes. « Le produit du travail dès qu'il revêt la forme marchande dépend, selon Marx, d'un dédoublement essentiel dans le rapport à l'objet ; celui-ci ne représente plus seulement une valeur d'usage (par son aptitude à satisfaire un besoin humain déterminé), mais cette valeur d'usage est aussi le support matériel de quelque chose d'autre qui est sa valeur d'échange » (Agamben, 1992).

Cette dualité valeur d'usage / valeur d'échange est complétée par les approches institutionnalistes. Selon M. Basle (1995) la théorie institutionnaliste postule une fondation *ex-ante* de la valeur, au travers de la tradition, des conventions, des règles juridiques et des interactions sociales, composantes qui s'expriment à travers des institutions spécifiques. A ce propos,

³ Des enquêtes approfondies ont permis d'apprécier la « vitesse » de diffusion des techniques de transformation et l'évolution de la consommation des produits. Au Cameroun, l'exode rural des 30 dernières années a accéléré la consommation de certains produits comme le *bobolo*, le *miondo*, les beignets de maïs et de manioc. Au cours de la période précoloniale et coloniale, la diffusion a été beaucoup plus lente car elle se faisait essentiellement de proche en proche ou bien à partir des mouvements migratoires (cas du *paf* ou *kounou* venu du Nord-Cameroun). L'absence des moyens de communications était également un facteur limitant. Pour plus de détails, voir Bom Konde (1996), Bom Konde *et al.* (1997).

A. G. Gruchy (1987)⁴ montre en quoi la perception institutionnaliste de la valeur se démarque de celle de l'économie orthodoxe qui postule une fondation *ex-post* de celle-ci. Le processus de la valeur selon l'approche institutionnaliste se veut dynamique et historico-culturel. Cette approche postule qu'au cours de l'évolution sociale émergent des valeurs qui reflètent les changements culturels et technologiques⁵. C'est à partir de ce processus qu'il faut chercher une explication à la nature des valeurs créées par les différentes sociétés ; comment ont-elles été créées et quelles sont les conséquences de leur acceptation ?

Cette conception conduit à introduire une étape intermédiaire dans le processus de passage de la valeur d'usage à la valeur d'échange. La valeur d'usage peut, en effet, être définie au niveau individuel, tandis que la valeur d'échange renvoie au marché, c'est-à-dire à un processus social. Pour que la valeur d'usage constitue la base de la valeur d'échange, il faut qu'elle soit reconnue comme exprimant les valeurs de la société concernée, qu'elle ait en quelque sorte un caractère social.

Il est possible de préciser la nature de cette étape intermédiaire en considérant qu'une double lecture du processus de la valeur est nécessaire : i) une lecture à caractère économique, qui puisse rendre compte de la nature marchande et/ou non marchande de l'acquisition des compétences agroalimentaires, et qui permette d'analyser les mécanismes de production et d'échange des biens économiques ; ii) une lecture à caractère anthropologique, pour analyser les sens et les valeurs que les différentes sociétés confèrent à leurs créations matérielles ou immatérielles, ainsi que les caractéristiques de différentes institutions qui interviennent dans les séquences du processus de la valeur. Cette dernière lecture nous amène à introduire la notion de « valeur symbo-

lique » pour rendre compte des représentations et des symbolisations sociales qui interviennent dans la formation de la valeur, dimension qui dépasse mais qui relie en même temps la satisfaction donnée par l'utilisation des biens (valeur d'usage) et les bénéfices tirés de leur mise en marché (valeur marchande).

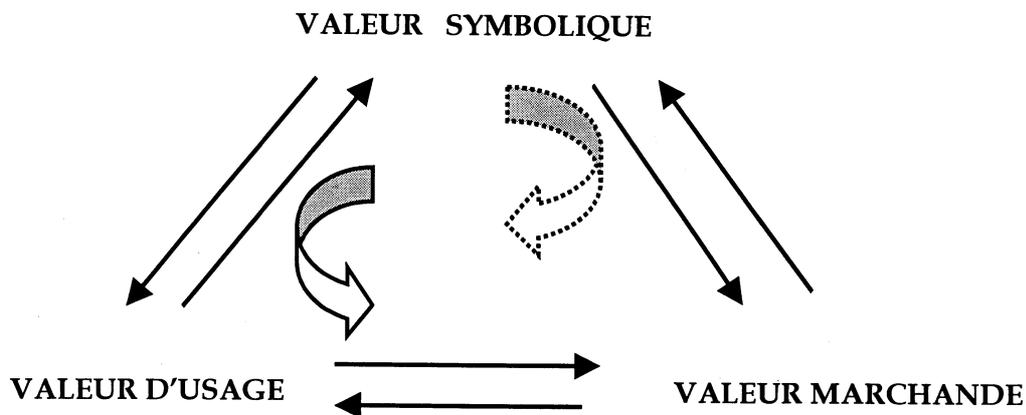
L'approche anthropologique permet d'appréhender la création de valeurs : produits, techniques, savoir-faire... (Leroi-Gourhan 1945, 1965) comme l'expression tout à la fois des caractéristiques du milieu naturel (les différents types d'habitats constituent un bon exemple) ; de la fonctionnalité qu'on attribue à l'acte technique (tous les pilons à céréales présentent une certaine analogie, une certaine tendance technique donnée par les fonctions de ces outils) ; et des représentations et symbolisations des différentes sociétés. Cela explique par ailleurs la grande diversité de solutions techniques rencontrées pour remplir les mêmes fonctions (par exemple si l'on compare les sociétés qui se sont dotées de pilons pour mouliner les céréales, on trouvera des différences de style significatives).

Selon l'approche anthropologique de l'acte de création, le fait technique est toujours intentionnel. Dans ce sens, les innovations sont anticipées dans l'imaginaire individuel et collectif ; ce qui justifie la fondation *ex-ante* de la valeur dans les théories économiques institutionnalistes. Cette anticipation, cette intentionnalité des innovations, est le fruit des besoins et des désirs des hommes qui vivent en société dans un milieu donné. La formation de la valeur des produits et des savoir-faire implique donc que ces produits et ces savoir-faire soient symbolisés et investis de sens, qu'ils trouvent leur signification par rapport à un système de valeurs plus général de la société dont ils sont issus. « Il est de la nature de la société qu'elle s'exprime symboliquement dans ces coutumes et ces institutions » (Lévi-Strauss, 1958).

Le processus de symbolisation acquiert une dimension particulière dans l'acte alimentaire, seul acte de consommation qui implique une incorporation en soi des biens consommés. Ce qui est mangeable ou pas

⁴ Voir le chapitre 4 : "Institutional Economics and the value problem".

⁵ Gruchy A. G. (*op. cit.*) : "Valuation process is a concrete, historico-cultural, never ending process in which individuals with the power to reason but who are also responsive to cultural and technological influences, make decisions as to what constitutes use values - the values that contribute to the enhancement of the individuals' and the community's well-being" (p. 64).



A travers ce schéma nous voulons souligner deux questions relatives au processus de la valeur : (i) il ne s'agit pas d'un processus linéaire mais d'un processus complexe qui résulte des interactions entre différentes dimensions de la valeur ; (ii) il s'agit d'un processus dynamique dans lequel les valeurs et leurs interactions évoluent de manière permanente dans le temps et dans l'espace.

Figure 1. Les séquences de la valeur - Représentation générale

mangeable dans une société, ainsi que la catégorisation des différents types d'aliments, constituent des repères essentiels dans la construction des identités et des appartenances sociales (Fischler, 1990). Ce processus de symbolisation conditionne fortement l'évolution du comportement alimentaire des consommateurs. Analyser les processus de symbolisation qui fondent l'acte de consommation alimentaire nous permettra de mieux comprendre les profonds changements auxquels nous assistons dans le contexte actuel.

Ainsi la création de valeurs est le résultat de la combinaison des conditions naturelles, des fonctions attendues de cette création (intentionnalité), et des représentations et symbolisations des différentes sociétés. Les institutions vont porter et gérer les créations auxquelles elles confèrent une valeur.

Nous pourrions donc représenter la formation de la valeur par le schéma ci-dessus (Figure 1).

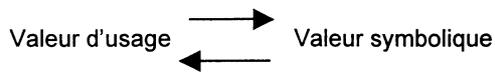
2.2. Dynamique de la valeur et processus d'innovation

Le caractère dynamique du processus de la valeur renvoie de manière implicite aux

processus d'innovation. Il nous éclaire sur certains phénomènes tels que l'enrichissement ou l'appauvrissement du stock de compétences territoriales en produits et savoir-faire, ou sur les mécanismes d'apprentissage associés à l'insertion de certains produits dans la sphère marchande.

Comme l'a montré le tableau 1 pour les produits dérivés du maïs et du manioc au Cameroun, des mécanismes de création/sélection sont associés au processus de la valeur, ce qui nous rapproche dans ce cas d'une analyse évolutionniste du changement technique. Selon P.P. Saviotti et J.S. Metcalfe (1991), l'explication évolutionniste est envisageable à partir de deux mécanismes interactifs, à savoir la création et la sélection. Le premier génère la variété, tandis que le second sélectionne les éléments de cette variété dans le temps et dans l'espace. Une innovation née dans une communauté implique une maîtrise sociale de cette innovation. Ainsi valeurs d'usage et valeurs symboliques sont créées dès l'origine par un processus social. Dans le cas des produits alimentaires locaux en Afrique subsaharienne, cette création s'appuie essentiellement sur des institutions identitaires. Pour les produits qui, à l'origine, se limitent à l'autoconsommation et aux échanges non marchands, la séquence de la valeur

est donc réduite à ces deux premiers termes :



Un produit agroalimentaire comme le *miondo* au Cameroun, à l'origine limité au groupe ethnique Douala du Cameroun, a acquis une valeur d'usage et une valeur symbolique dès lors qu'il fut accepté par cette communauté. Puis cette innovation s'est répandue progressivement dans d'autres groupes ethniques frontaliers, tous localisés sur le littoral. Des produits comme la bouillie de maïs (*paf*), ou le *foufou* de manioc ont connu des évolutions similaires. Or cette diffusion dans des espaces qui dépassent largement celui d'origine de ces produits ou de ces savoir-faire, peut être accompagnée d'une modification de leur valeur d'usage et de leur valeur symbolique. Le *gari* fabriqué à partir du manioc, produit analogue à la *farinha* brésilienne, illustre bien ce propos. Il a été introduit dans la côte du Golfe de Guinée vers le début du XXe siècle et, en quelques décennies, il est devenu un produit alimentaire de base au Nigeria, au Bénin et au Togo. Mais une fois naturalisé africain, il a été investi de valeurs symboliques associées à des représentations et des pratiques propres aux pays d'adoption, ce qui s'est traduit par des utilisations très différentes de celles de la *farinha* brésilienne. Soulignons que le *gari* continue toujours son parcours, qu'il est devenu un des produits interafricains par excellence, mais dont le processus de la valeur change certainement selon les différents pays.

Les produits comme les hommes, quand ils migrent, reconstruisent leur identité. Cette reconstruction implique la modification des systèmes de valeurs et des pratiques. De manière plus générale, depuis la création du feu jusqu'à celle de l'Internet, on peut apprécier ce va-et-vient, profondément humain, entre les actes de création, la symbolisation de ces créations et leurs utilisations qui ré-interrogent et redéfinissent les valeurs d'usage originelles. Pour

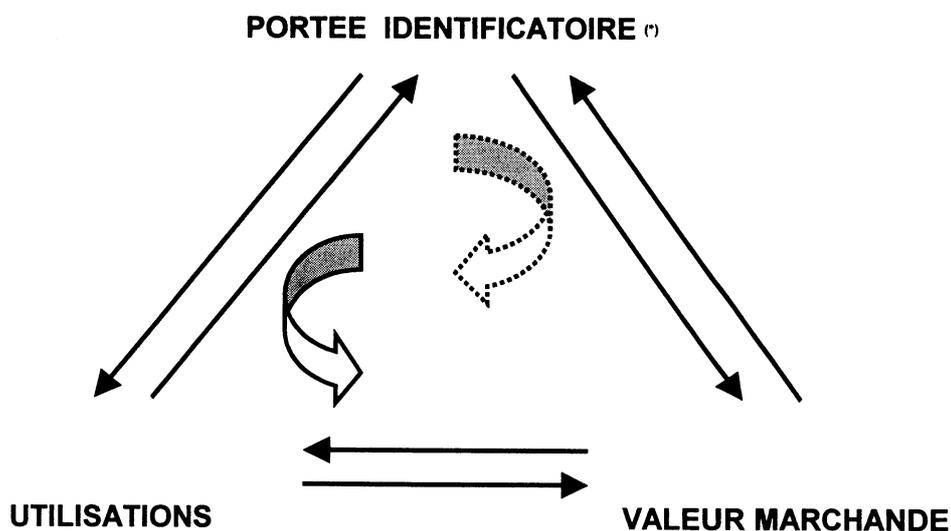
faciliter l'application de l'analyse de la valeur aux processus d'innovation, nous pourrions proposer la représentation analogique suivante, peu orthodoxe, de la séquence de la valeur (Figure 2).

Les dynamiques des systèmes agroalimentaires localisés renvoient souvent à la double perspective d'exporter les produits hors de leurs territoires d'origine, et en même temps de mettre en valeur la signification territoriale du produit (concept toujours relatif à une société donnée). Dans ce contexte, la représentation ci-dessus revêt un intérêt certain pour analyser des dynamiques qui nous intéressent, à savoir les processus de diffusion de produits à forte portée identifiatoire. Lors de leur évolution, certains de ces produits subissent une « standardisation partielle », produisant comme résultat des marchés de cohabitation où ils se retrouvent tantôt sous forme de produit spécifique, tantôt de produit générique, avec entre eux un degré de substituabilité relative. C'est le cas par exemple du *gari* ou de l'*attiéké* en Afrique de l'Ouest, mais aussi du pain en France, de la *farinha* de manioc au Brésil ou du *tempé* de soja en Indonésie. Or certains types de consommateurs, dans certaines occasions, sont prêts à payer plus cher un produit spécifique pour ce qu'il symbolise et pour obtenir une utilisation plus gratifiante. Et comme le montre l'évolution actuelle, le contexte créé par la mondialisation ne fait qu'accentuer la demande de produits différenciés.

L'analyse des différentes séquences de la valeur peut donc constituer un outil théorique pertinent pour comprendre « l'efficacité de la valeur symbolique » du produit, qui se traduira par des différentiels de prix acceptés par le marché (constatons que nous sommes assez loin de la valeur marchande objective de l'économie standard). En analysant comment se reconstruisent les utilisations et les symbolisations de ces produits dans des territoires qui ne sont pas ceux d'origine, nous pourrions ainsi apprécier qualitativement l'existence éventuelle de différentiels de prix par rapport à des marchés potentiels appartenant à d'autres espaces socioculturels.

	Produits créés dans les espaces ethniques	Produits sélectionnés à des fins marchandes	
		Produits finis	Produits intermédiaires
Maïs	maïs grillé		
	sanè mbas		
	nsôg mbas		
	beignets	Beignets	grain séchés, farine
	épi frais		
	paf	paf	crème, crème déshydratée
	grains secs grillés		
foufou	foufou		
komba			
koka	koka	grains séchés, farine	
Manioc	yaka-yaka		
	manioc grillé		
	mbôn lép		
	gari	gari	
	manioc bouilli		
	foufou	foufou	pâte rouie séchée, farine
	galettes		
	bobolo	bobolo	pâte rouie
	beignets	beignets	farine
	miondo	miondo	pâte rouie
mintoumba	mintoumba	pâte rouie	

Tableau 1. Produits marchands sélectionnés par les acteurs (Sud et Ouest Cameroun) (Source : Bom Kondé, 1996)



^(*) La valeur symbolique d'un produit ou d'un savoir-faire nous indique dans quelle mesure ce produit ou ce savoir-faire est représentatif d'une société donnée, et également dans quelle mesure cette société se reconnaît, s'identifie à lui. Nous dirons alors que les produits et les savoir-faire ont une « portée identificatoire », elle-même soumise à une évolution permanente. L'acte de consommation de ces produits constitue alors en même temps un acte de construction de repères identificatoires, par rapport à une société, à un territoire, à une culture.

Figure 2. Les séquences de la valeur – Représentation restreinte

Cette reconstruction du processus de la valeur lors du voyage de produits et de savoirs peut prendre plusieurs voies, comme l'attestent ces quelques exemples :

- les produits du village africain se refont une « image » et trouvent un marché dans les villes proches et même à l'étranger.
- Inversement, l'introduction du cube Maggi en Afrique est un bon exemple de la diffusion d'un produit standard et de la stratégie d'une firme pour reconstruire sa valeur symbolique et ses utilisations dans un milieu « exotique », celles-ci se modifiant complètement dans les milieux d'adoption par rapport au milieu d'origine (au point que, dans certains pays, on commence à trouver le cube Maggi à toutes les sauces).
- On pourrait également rappeler que l'évolution très forte de la consommation de vin français dans certains pays d'Extrême Orient est liée à de nouvelles symbolisations et utilisations, différentes de celles utilisées dans son berceau d'origine (les nouveaux marchés justifient bien quelques hérésies symboliques).

L'étude des dynamiques des séquences de la valeur nous offre donc un bon support pour analyser les interactions qui conditionnent l'évolution des produits et de savoir-faire agroalimentaires.

3. Mécanismes d'échange et régimes d'apprentissage au sein des milieux innovateurs

La maîtrise des savoir-faire, leur mise en valeur et la diversification des bases de compétences des producteurs sont des facteurs stratégiques pour le positionnement de ceux-ci dans le processus de la valeur.

L'intérêt du point de vue opérationnel des régimes d'apprentissage, c'est-à-dire des dispositifs de transmission et diffusion de ces savoir-faire, apparaît donc de manière indéniable.

3.1. Nature des formes d'échange et régimes d'apprentissage

Quels régimes d'apprentissage sont-ils repérables ? Quelles sont les formes d'échanges qui interviennent lors de la diffusion/sélection des savoir-faire ? Notre étude empirique sur les produits agroalimentaires locaux issus des institutions ethniques du Centre et de l'Ouest du Cameroun montre que les mécanismes d'apprentissage s'effectuent à partir des relations non marchandes. Des règles coutumières, mais aussi extra-coutumières, sont utilisées dans la régulation des processus et des réseaux de diffusion de savoir-faire (Bom Konde, 1996).

En règle générale, les régimes d'apprentissage sont associés à la diffusion des innovations. En Afrique de l'Ouest, les innovations ont deux grandes origines : la recherche-développement intra ou extra-firme (comme pour le lait en poudre ou le concentré de tomate) et les institutions que nous avons appelées identitaires (pour des produits comme le *miondo* ou l'*attiéké*).

Dans le cas où les firmes sont la source de l'innovation, C. Le Bas (1995) distingue deux grands types de régimes d'apprentissage : i) un régime routinier où les industries déjà existantes dans la branche, les « insiders », innovent et développent en leur sein de nouvelles routines productives; et ii) un régime entrepreneurial où les « outsiders », les firmes nouvelles dans la branche, déclenchent les processus d'innovation. C'est ce mouvement entre le dedans et le dehors qui nous intéresse ici par analogie.

En effet, lorsque ce sont les institutions communautaires qui régulent les processus d'innovation, on peut également distinguer deux types de régime d'apprentissage: i) un apprentissage coutumier, qui se développe par des interactions socioculturelles de proximité, et qui fait intervenir des systèmes d'échange non marchands, dans lesquels les informations relatives aux innovations sont livrées à travers des systèmes de réciprocité et de redistribution inscrits dans des règles de fonctionnement collectif plus larges ; et ii) un apprentissage interinstitutionnel qui met en synergie des institutions de caractère essentiellement différent et qui demanderait

	Douala	Yaoundé	Bafoussam	Total
Relations familiales	16	17	-	59 %
Relations interpersonnelles	7	8	4	34 %
Apprentissage scolaire	1	0	0	2 %
Apprentissage "sur le tas"	3	0	0	5 %
Nombre de réponses	27	25	4	100 %

Source : Enquêtes auprès des entreprises marchandes de transformation. Bom Konde (1996)

Tableau 2. Types d'apprentissage pour la transformation alimentaire du maïs et du manioc, dans trois villes du Cameroun

l'organisation d'une phase de négociation préalable pour la définition des règles communes à appliquer.

Au sein des petites entreprises urbaines du sud et de l'ouest du Cameroun, nous avons identifié quatre modalités d'apprentissage des savoir-faire de transformation et préparation alimentaires (Tableau 2) :

- l'apprentissage domestique ou familial, qui continue à jouer un rôle prépondérant. Cet apprentissage est basé sur les relations aînées-cadettes (mères-filles, tantes-nièces, etc.) ;
- l'apprentissage basé sur les relations interpersonnelles. Les personnes souhaitant entreprendre ou résoudre des problèmes techniques acquièrent leurs savoir-faire en faisant appel à leurs « connaissances » (au sens de personnes connues). Les personnes formées ont par ce biais la possibilité d'acquérir des savoir-faire sur des produits et des techniques provenant d'autres régions. Les relations interpersonnelles peuvent en conséquence être à la fois intra et inter ethniques ;
- l'apprentissage scolaire qui est très marginal. Il a lieu surtout dans le cadre des écoles d'hôtellerie ;
- enfin, l'apprentissage « sur le tas » qui est relativement répandu. Les producteurs acquièrent leur savoir-faire à partir de l'observation et d'un processus de « *learning by doing* ».

Ces formes de transmission et de diffusion des savoir-faire sont en correspondance avec l'analyse que fait K. Polanyi sur les relations d'échange de manière plus large. Cet auteur montre que l'échange de marché a toujours

coexisté avec d'autres formes d'échange, à savoir la réciprocité, la redistribution et l'administration domestique⁶. En adoptant une lecture institutionnelle de la société il cherchait surtout à montrer que l'échange marchand n'était pas une règle de comportement universelle mais que son évolution était variable selon les sociétés. Ainsi, les dynamiques de transmission de savoir-faire permettent d'expliquer en partie la formation des valeurs marchandes des produits, et les différentes diffusions spatiales de ceux-ci (depuis les produits limités à un territoire spécifique, comme le *mintoumba* jusqu'aux produits qui ont acquis une dimension nationale comme le *foufou*).

Les régimes d'apprentissage et les processus de transmission / diffusion des savoir-faire peuvent donc constituer un facteur essentiel pour enclencher des dynamiques individuelles et collectives qui ont pour but la mise en valeur des produits agroalimentaires locaux et la maîtrise sociale des innovations.

3.2. Dynamique des régimes d'apprentissage et développement agro-alimentaire local

L'analyse sur la longue ou la moyenne durée de la diffusion des produits, des savoir-faire et des techniques et pratiques de consommation associés à la transformation

⁶ Karl Polanyi (1944 ; trad. 1983). "De même que la réciprocité est soutenue par le modèle symétrique d'organisation, que la redistribution est facilitée par un certain degré de centralisation, et que l'administration domestique doit se fonder sur l'autarcie, de même le principe de troc dépend-il pour son efficacité du modèle de marché" (p. 87).

des produits alimentaires, montre que ces divers éléments sont liés, mais qu'en même temps, ils possèdent des dynamiques relativement propres (Muchnik & Ferré, 1993). Ainsi, un produit comme le maïs a fait un premier grand voyage en laissant en méso-Amérique les savoir-faire et les techniques de transformation qui lui étaient propres dans cette région. Certains pays d'Afrique, comme le Bénin, l'ont adopté depuis des années et ont également développé des savoir-faire et des techniques de transformation du maïs très diversifiés. Le maïs continue son périple... grâce au développement de variétés résistant au stress hydrique. Il s'installe dans des pays du Sahel comme le Burkina Faso, qui dispose ainsi de la matière première mais souffre d'un certain déficit en savoir-faire et techniques de transformation.

Dans d'autres cas, les facteurs de déclenchement de ce type de processus se situent à l'autre extrémité de la filière. Des mouvements migratoires peuvent diffuser la consommation d'un produit, qui plaît, qui acquiert en s'expatriant d'autres valeurs d'usage et d'autres valeurs marchandes. C'est le cas par exemple de l'*attiéké*. Un marché se développe, des entreprises cherchent à acquérir un savoir-faire pour le fabriquer sur place. Si les conditions des écosystèmes le permettent, des paysans chercheront à produire du manioc pour approvisionner ces entreprises.

Nous constatons donc que les hommes, les produits et les savoirs voyagent, mais pas toujours ensemble ni à la même vitesse. Ainsi ces dynamiques créent des décalages très intéressants à exploiter pour favoriser le développement de nouveaux systèmes agroalimentaires localisés.

Les actions menées dans le cadre du réseau AVAL de valorisation des savoir-faire agroalimentaires en Afrique de l'Ouest illustrent bien la traduction de nos analyses en termes de recherche-développement. En nous appuyant sur les mouvements constatés des hommes, des produits, des savoirs, et sur les dynamiques institutionnelles existantes, nous avons cherché à accompagner et à catalyser les mouvements « naturels » en cours. Trois principes ont guidé ces actions :

Etablir des vases communicants entre « offreurs » et « récepteurs » de savoir-faire

Pour permettre à des femmes burkinabés et sénégalaises d'acquérir en matière de transformation du maïs un savoir-faire que des femmes béninoises possédaient, nous avons mis sur pied des « vases communicants » à travers des voyages, des séjours dans les milieux « offreurs », la participation à des séquences de production, des séances pratiques de restitution-diffusion dans les milieux « récepteurs », une évaluation-adaptation des savoirs acquis... Des opérations similaires ont été favorisées avec d'autres produits et savoirs (transformation du manioc en *gari*, fabrication de jus de fruit...).

Développer des régimes d'apprentissage interinstitutionnels

Pour réaliser une séquence d'apprentissage spécifique sur les préparations alimentaires à base de maïs, nous avons eu recours à une complémentarité de diverses formes de transmission de savoirs : savoirs transmis par les réseaux d'appartenance, savoirs transmis par des opérateurs économiques, savoirs transmis par des institutions de recherche. Pour cela, il a fallu créer des dispositifs regroupant les institutions locales, les institutions de recherche et de formation, les professionnels disposant de compétences, les transformateurs de produits et les organisations socioprofessionnelles. Ceci a favorisé la constitution d'un espace de négociation, une interface, permettant d'organiser des systèmes de transmission « hybrides » entre ces diverses institutions.

Promouvoir le rôle des organisations socioprofessionnelles dans les dispositifs d'apprentissage

En effet, elles jouent un rôle clé dans ces dispositifs : elles activent l'échange de savoir-faire par le biais de l'apprentissage collectif ; elles favorisent des processus d'innovation pour résoudre collectivement des problèmes qu'elles rencontrent à divers niveaux (production, approvisionnement, commercialisation) ; elles constituent une interface pour négocier les intérêts de la profession avec d'autres instances institutionnelles et ainsi capter diverses compétences externes (techniques, financières, administratives,...) nécessaires à leurs besoins d'apprentissage.

Conclusion

La réflexion sur la sélection et la diffusion au Cameroun et en Afrique de l'Ouest de savoir-faire et de produits agroalimentaires tellement particuliers, avec leurs noms aux consonances tropicales, nous ramène à des questions qui se posent aujourd'hui sous toutes les latitudes. En effet, dans le contexte de la mondialisation, un contexte où tout le monde se cherche, où la nourriture continue à être un des repères identificatoires essentiels, celle-ci doit être à la fois « bonne à manger » et « bonne à penser ». Les nourritures, les identités alimentaires forment des repères qui changent et se modifient à des fréquences croissantes, mais qui montrent que malgré la libéralisation des marchés et des échanges, l'homme a toujours besoin de quelque chose de plus, de ce « je ne sais quoi » si difficile à cerner mais nécessaire pour être rassuré, se sentir et appartenir à quelque part.

Posons donc d'abord une première conclusion sur le plan de la démarche : l'analyse du processus de formation de la valeur constitue un outil théorique pertinent pour analyser les interactions entre la valeur d'usage, la valeur symbolique et la valeur marchande des produits et savoir-faire agroalimentaires. La compréhension d'un phénomène fondamental tel que la séquence de la valeur ne peut pas se résoudre uniquement à l'intérieur d'une discipline donnée. Ici l'éclairage anthropologique sur les intentionnalités des hommes dans la création de valeurs d'usage, sur la construction des systèmes de représentations et sur les symbolisations qui imprègnent ces valeurs d'usage de sens et de significations, peuvent permettre de préciser les caractéristiques de la valeur retenues par l'analyse économique. Cela nous paraît d'autant plus essentiel qu'il s'agit de faits alimentaires et de faits techniques, que nous pouvons considérer comme des « faits sociaux totaux », des faits révélateurs du fonctionnement social dans son ensemble. D'autres disciplines en sciences humaines et techniques pourraient certainement être mobilisées pour traiter cet objet. La démarche de recherche, la manière dont nous établissons des vases communicants entre différentes sources de connais-

sances pour aborder notre objet d'étude, peut ainsi transcender la légitimité des appartenances disciplinaires.

La deuxième conclusion porte sur la connaissance des systèmes agroalimentaires localisés. L'analyse du processus de la valeur constitue un outil d'analyse théorique intéressant à condition de ne pas s'y enfermer et de ne pas rester sur un plan abstrait. Elle peut nous aider à mieux cerner la diversité et l'évolution de ces activités agroalimentaires concentrées spatialement. L'opposition entre les processus de spécification et de standardisation des produits peut conduire, nous l'avons vu, à des situations très différentes, ce qui nous amène à nous interroger aussi (paradoxalement) sur les complémentarités entre ces processus. Au Cameroun et en Afrique de l'Ouest, la diffusion des produits locaux hors de leur territoire est souvent accompagnée, en effet, de divers degrés de standardisation. En conséquence, les marchés sont caractérisés par des degrés différents de « cohabitation » entre des produits spécifiques et des produits relativement standardisés tels que l'*attiéké*, le *gari* ou le *miondo*. Or c'est précisément lorsque la spécification territoriale des produits acquiert signification, que l'analyse des dynamiques des séquences de la valeur acquiert tout son intérêt, et que l'analyse de l'agencement des relations entre les utilisations, la portée identificatoire et la valeur marchande des produits peut nous orienter pour mieux positionner les produits locaux sur le marché.

La troisième conclusion porte sur le plan opérationnel : elle se réfère surtout à l'intérêt que présentent les régimes d'apprentissage associés à la valorisation de produits et de savoir-faire agroalimentaires locaux. La dévaluation du franc CFA en Afrique de l'Ouest a rendu plus compétitives sur le plan économique diverses productions locales (huile de palme, *gari*, couscous de mil, etc.). Dans ce contexte, l'acquisition et la légitimation des savoirs et compétences restent souvent la principale barrière à l'entrée dans ces activités qui demandent en général des investissements initiaux relativement faibles. C'est pourquoi favoriser le développement de régimes d'apprentissage pour l'échange, la transmission et la diffusion des savoirs entre des régions ou des localités

différentes, peut constituer une clef d'entrée à privilégier pour appuyer l'émergence des dynamiques locales d'innovation. Les organismes de recherche spécialisés, qui se positionnent plutôt comme offreurs de compétences, ont souvent du mal à s'inscrire dans ce processus. En effet, la principale compétence demandée dans notre cas est celle qui est nécessaire pour activer, renforcer et organiser les compétences locales : une sorte de chercheur-médiateur qui agit sur l'articulation de différents types d'institutions dans la construction de régimes d'apprentissage spécifiques.

Bibliographie

Agamben G., 1992. *Stanze. La parolla e il fantasma nella cultura occidentale*. Payot & Rivages, Paris, 1994, Ed. française.

Basle M., 1995. Les institutions de la maîtrise technologique : introduction. In M. Basle, D. Dufourt, J.-M. Héraud, J. Perrin (dir), *Changement Institutionnel et changement technique*. CNRS Editions, Paris.

Bom Kondé P., 1996. *Etude des trajectoires d'activités agroalimentaire du sud et de l'ouest du Cameroun : une approche évolutionniste du territoire.*, Thèse de Doctorat en Sc. Economiques (NR), Université Lumière Lyon II.

Bom Kondé P., Muchnik J., Requier-Desjardins D., 1997. Diffusion des savoir-faire et des produits : territoires, institutions et acteurs. In E. Lopez & J. Muchnik (dir.) *Petites entreprises et grands enjeux : le développement agro-alimentaire local*. L'Harmattan, Paris.

Fischler C., 1990. *L'Homnivore*. Odile Jacob, Paris.

Gruchy A. G., 1987. *The reconstruction of Economics : an analysis of the fundamentals of institutional economics*. Greenwood Press Inc., Westport, USA.

Le Bas C., 1995. *Economie de l'innovation*. Economica, Paris.

Leroi-Gourhan A., 1945. *Evolution et techniques : Milieu et techniques*. Albin Michel, Paris.

Leroi-Gourhan A., 1965. *Le geste et la parole. La mémoire et les rythmes*. Albin Michel, Paris.

Levi-Strauss C., 1958. *Anthropologie structurale*. Plon, Paris.

Muchnik J., Ferré T., 1993. Technologie organique, idée et méthodes. In J. Muchnik (Dir.) *Alimentation, techniques et innovations dans les régions tropicales*. L'Harmattan, Paris.

Polanyi K., 1944. *La grande transformation*. Traduction française de C. Malamoud (1983), Gallimard, Paris, 419 p.

Saviotti P. P., Metcalfe J. S., 1991. Present Development and trends. In P. P. Saviotti & Metcalfe J. S. (dir.) *Evolutionary theories of economic and technological change*. Harwood Academic Publishers : 1-27.

Glossaire

Attiéké : Sorte de couscous de manioc originaire de la Côte d'Ivoire. Il est essentiellement consommé avec du poisson braisé accompagné d'une salade à la tomate et aux oignons.

Bobolo : produit du manioc obtenu après fermentation, défibrage, égouttage et écrasement de la matière première. Il a la forme d'un bâton emballé dans des feuilles appelées *dikômbôl* qui poussent au bord des rivières. Les feuilles sont entourées de fils de bambou, de bananier ou récupérées dans des sacs. Il est particulièrement transformé dans les régions du Sud-Cameroun. Le *bobolo* est un peu élastique ; son poids varie selon les endroits (400 à 450 grammes en pays Ewondo, 200 à 300 grammes en pays Bassa, etc.). Il se consomme avec différents produits (gâteau d'arachides aux crevettes séchées ou *nkôno ôndè*, gâteau de pistache ou *nkôno ngond*, sauce arachide, sauce poisson, diverses soupes).

Foufou de maïs : sorte de pâte de maïs obtenue à partir de la farine de maïs préparée à l'eau chaude. Il se consomme avec différentes sauces. En particulier, la soupe à base d'arachide au gombo.

Foufou de manioc : sorte de pâte de manioc obtenue à partir de la farine de manioc préparée à l'eau chaude. Se consomme avec différents plats régionaux : le *mbolè* de l'Est-Cameroun (soupe gombo aux poissons fumés ou frais), le *ndjangô* soupe arachide aux feuilles, etc.

Gari : semoule de manioc dont la granulométrie varie selon les régions de l'Ouest africain. Consommé dans le Sud-Cameroun pour le goûter après des opérations successives de trempage. Le produit se mange parfois sucré. Il se consomme au Bénin et dans d'autres pays comme la Côte d'Ivoire sous forme de *foufou*. Le gari a une durée de conservation relativement longue.

Mintoumba (*ntoumba*) au singulier : produit du manioc obtenu selon le même principe que le *bobolo*. La pâte de manioc écrasée est mélangée à de l'huile de palme chauffée. Il se consomme essentiellement avec les gâteaux d'arachide aux crevettes séchées ou *nkôno ôndè*, et les gâteaux de pistache à la viande ou *nkôno ngond*.

Miondo : produit du manioc obtenu selon le même procédé que le *bobolo*. Il est plus fin que le *bobolo* et se présente sous forme de lamelles également emballées dans des feuilles entourées de fils. Il est particulièrement consommé dans la région du littoral (Sud-Cameroun) avec une sauce feuille appelée *ndolè* à laquelle on peut ajouter soit du bœuf, du poisson, des crevettes ou du gibier. Il se consomme de plus en plus dans les "circuits" ou "gargotes" avec du poisson braisé.

Paf : sous sa forme traditionnelle, il se présente comme une crème qui permet d'obtenir une bouillie sucrée. Le *paf* amélioré est déshydraté et se conserve pendant une longue période. C'est un produit du petit déjeuner et du goûter consommé avec des beignets à base de blé, de maïs et de manioc.

Sanè mbas : bouillie de maïs et de feuilles (*bââm*) découpés et préparés avec des écorces parfumées (*hiomi*) et de l'huile de palme.

Nsôg mbas : bouillie semblable au *sanè mbas*, à la différence que le maïs vert n'est pas découpé sur l'épi. D'autre part, cette bouillie utilise plus de feuilles découpées.